

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП
е-підпис Олег ЛАГОДНЮК

29.09.2021

06-13-27S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

РЕКЛАМНИЙ КРЕАТИВ

Шифр за ОП

БК4.2

Освітній рівень:
магістерський (другий)

Галузь знань
**Управління та
адміністрування**

07

Спеціальність
Маркетинг

075

Освітня програма:

Маркетинг

SYLLABUS

ADVERTISING CREATIVE

Code in Educational Program

Educational level:
master's (second)

Field of knowledge:
**Management and
administration**

Field of study:
Marketing

Educational Program:

Marketing

Силабус навчальної дисципліни **«Рекламний креатив»** для здобувачів вищої освіти ступеня «магістр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг». Рівне. НУВГП. 2021. 12 стор.

ОПП на сайті університету: <http://ep3.nuwm.edu.ua/20999>

Розробники силабусу: *Мальчик М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу, Оплачко І. О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу.*

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “ 25 ” серпня 2021 року

Завідувач кафедри: *Мальчик М.В., д.е.н, професор.*

Керівник (гарант) ОП: Мартинюк О.В., к.е.н., доцент

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ економіки та менеджменту
Протокол № ____ від “ ____ ” _____ 2021 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ: Ковшун Н.Е., *д.е.н., професор*

СЗ №-5000 в ЕДО.

© Мальчик М. В.,
Оплачко І. О., 2021
© НУВГП, 2021

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Ступінь вищої освіти *магістр*

Освітня програма *Маркетинг*

Спеціальність *075 Маркетинг*

Рік навчання, *1*

семестр *2*

Кількість кредитів *5*

Лекції: *26 годин*

Практичні заняття: *24 години*

Самостійна робота: *100 годин*

Курсова робота: *ні*

Форма навчання *денна, заочна*

Форма підсумкового контролю *екзамен*

Мова викладання *українська*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА



*Мальчик Мар'яна Василівна,
доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу*

Вікіситет http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Мальчик_Мар'яна_Василівна

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0917-191X>

Канали комунікації
m.malchuk@nuwm.edu.ua
тел. +38-097-751-66-51
<https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php>
Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE

ПРО ДИСЦИПЛІНУ	
Анотація навчальної дисципліни,	
<p>Навчальна дисципліна «Рекламний креатив» спрямована на формування у студентів навиків застосування технологій креативу при вирішенні конкретних комунікативних завдань, з метою забезпечення ефективності рекламних звернень та кампаній. Здобувачі повинні освоїти основні категорії та принципи креативного мислення у рекламі та розуміти методи генерації нових ідей.</p> <p><u>Метою</u> викладання дисципліни є поглиблення системи теоретичних знань та практичних навиків створення рекламних звернень, розробки та реалізації рекламних кампаній із застосуванням технік креативного мислення, з метою забезпечення їх максимальної комунікативної ефективності.</p> <p><u>Основними цілями</u> є формування та поглиблення у студентів системи стійких знань з теорії рекламного креативу, набуття вмінь і практичних навичок самостійної розробки рекламних звернень та побудови рекламних кампаній з урахуванням інтересів стейкхолдерів, освоєння комунікативних технологій рекламного креативу, оволодіння прийомами стилістики та структуралізму у рекламному креативі, вивчення особливостей застосування креативу у візуальній рекламі, телерекламі, радіорекламі та Інтернеті, формування знань про специфіку та принципи рекламного дизайну, використання зображувальних засобів реклами, орієнтація студентів на поєднання у практичній діяльності стандартних наукових підходів та творчого переосмислення дійсності, практичне використання набутих у процесі вивчення дисципліни знань та умінь, з метою підвищення ефективності рекламної діяльності. У результаті вивчення дисципліни студенти повинні правильно визначати потребу у рекламуванні товару, послуги чи ідеї; оцінювати якість та ефективність реалізації рекламного креативу; створювати і реалізовувати власні креативні рекламні проекти залежно від цілей маркетингу та соціально-психологічних характеристик цільової аудиторії.</p>	
Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle	
https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=3125	
Компетентності	
<p>ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p>	
Програмні результати навчання	
<p>Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p>	

Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Лекцій – 26 год., Практик. 24 год., Самостійна робота – 100 год.

Методи та технології навчання	Інтерактивні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод «переваги та недоліки», метод «робота в мережі», ділові ігри, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, демонстрація.
Засоби навчання	Мультимедіа, проекційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, роздаткові друковані матеріали.

ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ

Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні засади управління креативними процесами у рекламі

**Кількість годин,
результати
навчання,
література**

Опис дисципліни

Тема 1. Сутність, завдання та функції рекламного креативу

лекцій – 2 год. практик. – 2 год. Р2, Р4 Література: [1,2,5,12,13]	Рекламний креатив: сутність, завдання та функції. Стратегічні основи рекламного креативу. Етапи управління креативними процесами у рекламі. Управління процесом розробки рекламної ідеї.
--	--

Тема 2. Управління креативними процесами в рекламі

лекцій – 2 год. практик. – 2 год. Р4, Р6 Література: [3,6,10,14]	Дослідження ринку та визначення цільової аудиторії реклами (побудова портрету клієнта (аватару)). Особливості складання та зміст креативного брифу. Вибір цілей та типу креативної стратегії у рекламі. Робота з інсайтами. Організація, координація та контроль креативного процесу в рекламі.
--	---

Тема 3. Соціально-комунікативні та психологічні технології у рекламі

лекцій – 4 год. практик. – 4 год. Р2, Р6 Література: [7,8,9,13]	Типологізація комунікативних технологій, що застосовуються у рекламному креативі. Особливості застосування психологічних технологій у рекламі. Сутність і значення застосування соціально-комунікативних технологій у рекламі.
--	--

Тема 4. Стилїстика та напрями структуралізму в

рекламному креативі	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р2, Р4 Література: [4,11,12]	Специфіка побудови рекламних звернень з урахуванням різних стилів реклами. Структурна побудова рекламних звернень за різним спрямуванням. Структуралізм у розробці рекламної концепції товару (послуги).
Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти застосування креативних прийомів у рекламі	
Тема 5. Основи створення рекламних текстів	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р2, Р6 Література: [2,7,13]	Рекламне ім'я. Критерії та структура формування рекламного тексту. Креативні прийоми створення зачину. Алгоритм створення слогана. Фоносемантика у рекламному креативі.
Тема 6. Дизайн у рекламі	
лекцій – 4 год. практ. – 2 год. Р4, Р6 Література: [4,9,11]	Сутність, цілі та завдання дизайну реклами. Зображувальні рекламні засоби. Функції кольору в рекламній комунікації. Забезпечення емоційного фону в рекламному зверненні. Підбір персоналу для рекламного звернення. Креативне оформлення рекламного тексту з використанням відповідних шрифтів. Звукове оформлення реклами.
Тема 7. Рекламний креатив у Digital, SMM, телевізійній та радіорекламі	
лекцій – 4 год. практ. – 4 год. Р2, Р6 Література: [12,13,14]	Креатив в Digital. Креатив в SMM. Створення текстів для телевізійної реклами, підготовка сценарію, розкадровки. Створення текстів для радіореклами, розрізнення звукових ефектів та прийомів їх запису. Сценаристика радіореклами. Застосування прийомів телемонтажу у створенні рекламного відеообразу. Використання телепланів та їх різновидів у рекламному креативі на телебаченні. Застосування прийомів радіомонтажу рекламних звернень.
Тема 8. Креативні прийоми формування реклами	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р2, Р6 Література: [7,9,11]	Креативні прийоми у розробці рекламної концепції товару (послуги). Креативні прийоми побудови рекламного звернення та проведення рекламної кампанії. Творчі прийоми забезпечення ефективності рекламного звернення на рекламоносіях. Формування рекламних проєктів з дотриманням вимог Порядків розміщення рекламних вивісок у містах України.
Тема 9. Етика та психологія роботи рекламних агентств	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год.	Сучасні психологічні засади рекламної комунікації. Етичні принципи професійної діяльності рекламних агентств.

Р4, Р6 Література: [6,10,13]	Важливість соціальної відповідальності рекламістів перед аудиторією.
Тема 10. Професійні презентації та методи переконання клієнтів	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. Р4, Р6 Література: [8,10,11,14]	Складові процесу презентації планів рекламних кампаній. Засоби переконливої демонстрації рекламних проєктів. Методичні поради до проведення професійних презентацій. Загрози і типові помилки в процесі презентацій. Тест на ефективність презентацій.

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)
Креативність; комунікативні навички та робота в команді; системне мислення; уміння ставити мету та надихатися новими ідеями; спрямованість на результат та наполегливість; активність, мобільність, ініціативність; організованість; ораторське мистецтво та презентаційні навички; самонавчання та стресостійкість; грамотність та відповідальність.
Форми та методи навчання
<p>Вивчення дисципліни досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання.</p> <p>Лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом, рекламних відео- та аудіороликів. На практичних заняттях використовується роздатковий матеріал для формування у студентів системного мислення, розвитку пам'яті; проводиться дискусійне обговорення проблемних питань; задаються провокаційні питання.</p> <p>Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, даних Інтернет-ресурсів, а також періодичних і публіцистичних видань. При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких як: проблемні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод «переваги та недоліки», метод «робота в мережі», ділові ігри та ін.</p> <p>Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням студентам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються.</p> <p>Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування. Після висвітлення проблеми (при використанні</p>

проблемних лекцій) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) студентам пропонується об'єднуватися у групи по 5 – 6 осіб і презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг за умови використання в навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули студенти під час роботи в певній малій групі.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки і висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Ділові та рольові ігри – форма активізації студентів, внаслідок якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації в ролі безпосередніх учасників подій.

Обговорення тематичних зображень дає змогу візуально сприймати інформацію, сприяє розвитку асоціативного мислення та кращому засвоєнню матеріалу.

Порядок та критерії оцінювання

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролі знань, а також вчасно виконати практичні завдання. В результаті можна отримати такі обов'язкові бали:

- 60 балів - за вчасне та якісне виконання завдань практичних занять та інших поточних завдань, що становить поточну (практичну) складову його оцінки;
- 40 балів – модульні контролі (20+20).

Всього 100 балів.

Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти <http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/>.

Модульний контроль проходитиме у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

Поєднання навчання та досліджень

Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

Інформаційні ресурси

Рекомендована література

Базова література

1. Про рекламу: Закон України від 03 липня 1996 р. №270/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39.
2. Каплунов Д. О. Нейрокопірайтинг / Д. О. Каплунов. – Харків: Фабула, 2018. – 352 с.
3. Маркетинг : Навч. посібник / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, О. В. Попко, З. О. Толчанова, Б. О. Король, О. В. Мартинюк, С. І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с.
4. Мельникович О. М., Крепак А. С. Зовнішня реклама : монографія / О. М. Мельникович, А. С. Крепак. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 220 с.
5. Огилви Д. The unpublished David Ogilvi / Д. Огилви. – М. : Азбука Бизнес, Азбука-Аттикус, 2014. – 184 с.
6. Савицька Н. Л., Синицина Г. А., Олініченко К. С. Рекламний менеджмент : Навч. посібн. / Н. Л. Савицька, Г. А. Синицина, К. С. Олініченко. – Харків : вид-во Іванченко, 2015. – 169 с.

Допоміжна література

7. Дзюба О. А. Медіа-реклама як креативне мистецтво сучасного культурного простору України / О. А. Дзюба // «Молодий вчений». – № 1 (53). – 2018. – С. 127-130.
8. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами : навч. посіб. – Київ : КНТЕУ, 2016. – 384 с.
9. Зеленін В. Основи міфодизайну : психотехнології керування медіареальністю / Всеволод Зеленін. – К. : Вид-во «Гнозис», 2017. – 168 с.
10. Мальчик М. В. Інформаційне забезпечення організації рефлексивних впливів у маркетинговій діяльності підприємства / М. В. Мальчик, І. О. Оплачко // Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства : [колективна монографія] / під заг. ред. професора Пилипчука В.П. – Київ: КНЕУ, 2018. – 854 с.
11. Роде М. Скетчноутинг. Посібник з візуалізації ідей / Майк Роде ; пер з англ. Ганни Литвиненко. – Харків : Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2016. – 224 с.
12. Рябова Т. А., Рябов І. Б. Роль креативу в рекламній діяльності. – Ефективна економіка. – 2019, №1. – URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2019/59.pdf
13. Телєтов О. С. Рекламний менеджмент: підручник для ВНЗ. – Суми: Університетська книга, 2015. – 365 с.
14. Тодорова О. Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікацій. – К. : Інтерконтиненталь-Україна, 2020. – 192 с.

Інформаційні ресурси

1. Про затвердження типових правил розміщення зовнішньої реклами: Постанова КМУ № 2067 від 29.12.2003 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2067-2003-%D0%BF>.
2. Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів: Постанова КМУ № 1135 від 05.12.2012 / [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1135-2012-%D0%BF>.

3. Видання про інтернет-бізнес в Україні та рекламу в соціальних медіа / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://watcher.com.ua>.

4. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.

5. Наукова бібліотека НУВГП / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nuwm.edu.ua/MySql/page_lib.php.

6. Українська асоціація маркетингу / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua>.

Методичне забезпечення

4. Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування. URL : <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>:

5. Опорний конспект лекцій (на електронному і паперовому носіях) за всіма темами курсу, у тому числі і для самостійного вивчення.

6. Пакети тестових завдань з кожної теми та в цілому по всьому курсу дисципліни.

Дедлайни та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Перездача модульних контролів здійснюється згідно: <http://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdzili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenti>.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин навчальної дисципліни відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної дисципліни на платформі MOODLE за календарем: <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=694>

Неформальна та інформальна освіта

Студенти мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним Положенням: <http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita>.

Зокрема студенти можуть самостійно проходити онлайн-курси на таких навчальних платформах, як Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших, для наступного перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання
До викладання курсу долучаються представники державних та приватних підприємств та організацій України та інших держав.
Правила академічної доброчесності
<p>Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення студента подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.</p> <p>За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.</p> <p>Онлайн курс «Академічна доброчесність» викладений за посиланням: https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/ та на сайті університету http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj.</p> <p>Студент зобов'язаний дотримуватися Кодексу честі студентів НУВГП, який встановлює загальні моральні принципи та правила етичної поведінки осіб, які навчаються в університеті, та якими вони мають керуватися у своїй діяльності: http://ep3.nuwm.edu.ua/4917/1/Кодекс%20честі%20студентів%20зах.pdf.</p> <p>Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП:</p> <p>Принципи доброчесності у НУВГП та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями відділу якості освіти НУВГП.</p> <p>Сайт НАЗЯВО: https://naqa.gov.ua/</p> <p>Відділ якості освіти НУВГП: https://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/vyo/dokumenti</p>
Вимоги до відвідування
<p>Лекції та практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу.</p> <p>Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час.</p> <p>Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу.</p> <p>Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.</p>
Оновлення
Зміст даного курсу оновлюється за необхідністю з урахуванням змін у законодавстві України, наукових досягнень та сучасних практик у сфері маркетингу. Студенти можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.
Академічна мобільність. Інтернаціоналізація

Інформація щодо іноземних сайтів, які може використати студент для вивчення даної дисципліни за окремими темами наводиться в презентаціях освітньої компоненти представлених в системі Moodle.

Також для поглибленого вивчення дисципліни здобувачам освіти пропонуються міжнародні інформаційні ресурси в мережі Інтернет:

ProQuest <https://about.proquest.com/products-services/ebooks/ebooks-main.html>

*Лектор, завідувач кафедри маркетингу,
д.е.н., професор*

М. В. Мальчик